

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE BERBASIS ISO  
9001:2008 TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RSUD ARIFIN  
ACHMAD PEKANBARU**

**Oleh :**

**M. Fadhil**

**Pembimbing : Samsir dan Iwan Nauli Daulay**

*Department Management, Faculty of Economic Riau University, Pekanbaru,  
Indonesia*

e-mail : ad.fadhil@gmail.com

*Influence of Service Quality and Brand Image Based on ISO 9001:2008 to  
Patients Satisfaction at RSUD Arifin Achmad Pekanbaru*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the influence of service quality and brand image based on ISO 9001: 2008 to patients satisfaction at RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. This research use simple random sampling method in selecting respondents. Data will be analyzed descriptively and statistically. The results of this research shows that service quality and brand image based on ISO 9001: 2008 significantly influence on patient satisfaction. It showed the value of R square 68,1%, while the other 31,9% is influenced by other variables. The research shows that service quality and brand image based on ISO 9001: 2008 have significant influence as simultan to patient satisfaction. While as partiality service quality based on ISO 9001: 2008 have significant influence on patient satisfaction but brand image based on ISO 9001: 2008 does not significantly influence patient satisfaction.*

*Keyword: service quality, brand image, and satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Rumah sakit adalah salah satu jenis usaha yang berorientasikan kepada mutu. Di Indonesia sendiri, masyarakat telah sadar bahwa dengan memilih rumah sakit yang bermutu akan meningkatkan persentase kepulihan dari proses pengobatan. Hal ini tergambar dari banyaknya masyarakat Indonesia yang berpenghasilan menengah ke atas, lebih memilih berobat ke rumah sakit di luar negeri seperti Malaysia dan Singapura yang dianggap

memiliki mutu yang berstandar internasional.

Di daerah Riau sendiri beberapa rumah sakit telah mendapatkan sertifikat ISO 9001 yakni prosedur terdokumentasi dan praktek - praktek standar untuk manajemen sistem, yang bertujuan menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk (barang atau jasa) terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu, dimana kebutuhan atau persyaratan tertentu tersebut ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan dan organisasi yang

dirumuskan oleh TC 176 ISO, yaitu organisasi internasional di bidang standarisasi. Salah satu rumah sakit tersebut adalah RSUD Arifin Achmad.

RSUD Arifin Achmad dimulai pada tahun 1950-an, gedung rumah sakit yang ada merupakan peninggalan pemerintah Belanda dengan kapasitas 20 TT, yang berlokasi di Jalan Kesehatan. Saat ini RSUD Arifin Achmad adalah Rumah Sakit Kelas B Pendidikan, merupakan institusi pemerintah Propinsi Riau yang mempunyai tugas dan fungsi mencakup upaya pelayanan kesehatan perorangan, pusat rujukan dan pembina Rumah Sakit Kabupaten/Kota se Provinsi Riau. Pada tahun 2010 RSUD Arifin Achmad mendapatkan Sertifikat Akreditasi untuk 16 Kegiatan Pelayanan dan sertifikasi ISO 9001:2008.

Manfaat dari penerapan ISO 9001:2008 telah diperoleh banyak perusahaan diantaranya sebagai berikut (Gaspersz, 2006):

- a. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui jaminan kualitas yang terorganisasi dan sistematis.
- b. Perusahaan yang telah bersertifikat ISO 9001:2008 diijinkan untuk mengiklankan kepada media massa.
- c. Meningkatkan kualitas dan produktivitas dari manajemen melalui kerjasama dan komunikasi yang lebih baik.
- d. Meningkatkan kesadaran kualitas dalam perusahaan.

Berdasarkan observasi penulis RSUD Arifin Achmad telah melakukan beberapa perubahan dalam memenuhi persyaratan

sertifikasi ISO 9001:2008. Diantaranya, penambahan jumlah karyawan, perubahan kapasitas ruang rawat inap berdasarkan kelas, pembayaran melalui bank dan gedung baru dengan pelayanan yang lebih memuaskan.

**Tabel 1**  
**Evaluasi Kegiatan Rawat Inap RSUD Arifin Achmad 2009-2013**

Tahun	Tempat Tidur	Pasien Masuk	Rata-rata Pasien Masuk per hari	Pasien Keluar
2009	543	27647	76	27569
2010	543	29129	80	29001
2011	543	29930	82	29854
2012	543	29864	82	29835
2013	616	33199	91	33196

Sumber : Olahan Data Sekunder, 2014

Dari data di atas dapat dilihat bahwa setelah mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2008 pada tahun 2010, nampak peningkatan jumlah pasien masuk pada RSUD Arifin Achmad dari tahun 2009. Walaupun dari tahun 2010-2012 tidak terlalu tampak pertambahan yang signifikan, tapi tahun 2013 terjadi pertambahan yang signifikan mungkin disebabkan oleh penambahan jumlah tempat tidur.

**Tabel 2**  
**Evaluasi Kegiatan Rawat Inap Berdasarkan Kelas Tahun 2011-2013**

Tahun	VIP			Kelas I		
	Tempat Tidur	Pasien Masuk	Pasien Keluar	Tempat Tidur	Pasien Masuk	Pasien Keluar
2011	86	3252	2458	54	2369	1782
2012	86	2964	2976	54	2182	2301
2013	86	2973	2973	69	2843	2704

Tahun	Kelas II			Kelas III		
	Tempat Tidur	Pasien Masuk	Pasien Keluar	Tempat Tidur	Pasien Masuk	Pasien Keluar

		k	ar		k	ar
2011	139	5209	3898	264	19020	13808
2012	139	5040	4883	264	19678	18346
2013	124	4200	4231	303	23183	23319

Sumber : Olahan Data Sekunder, 2014

Dari Tabel. 2, dapat dilihat bahwa adanya perubahan yang fluktuatif pada jumlah pasien yang masuk dan pasien yang keluar pada masing-masing kelas. Hal tersebut bisa diakibatkan oleh perubahan jumlah tempat tidur pada masing-masing kelas. Hal yang menarik juga adalah jumlah pasien yang masuk dan yang keluar selalu tidak sebanding.

Dari penjelasan sebelumnya, penulis menyimpulkan RSUD Arifin Achmad masih belum menunjukkan beberapa manfaat yang seharusnya telah ditunjukkan oleh perusahaan yang telah memiliki sertifikasi ISO 9001:2008 seperti meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui jaminan kualitas yang terorganisir dan sistematis serta peningkatan kualitas dan produktivitas dari manajemen melalui kerjasama dan komunikasi yang lebih baik. Seharusnya hal tersebut telah terlihat dari RSUD Arifin Achmad yang telah memiliki sertifikasi tersebut kurang lebih 5 tahun.

Menurut Umar (2012), dalam pelaksanaan ISO 9001 diperlukan faktor pendukung seperti komitmen dan dukungan manajemen puncak, pelatihan, perubahan budaya, perbaikan terus menerus dan pengukuran kinerja. Jika organisasi atau perusahaan dapat menjaga hal tersebut dengan baik, maka dipastikan pelaksanaan ISO 9001 dapat maksimal nantinya.

Sependapat dengan sebelumnya, menurut Firmansyah (2008) bahwa penerapan manajemen mutu ISO berfokus pada proses dan pelanggan dengan sasaran perbaikan terus-menerus dan kepuasan pelanggan. Sehingga perusahaan harus melakukan perbaikan-perbaikan untuk menjaga kelancaran proses dan melakukan pelatihan dan kompetisi antar bagian yang dapat meningkatkan motivasi kerja serta memberi pemahaman yang baik untuk tercapainya kualitas.

ISO 9001:2008 sangat kuat manfaatnya dalam peningkatan kualitas pelayanan dan citra merek, karena sebagaimana menurut Gasperz (2006) perusahaan yang telah bersertifikasi ISO 9001:2008 dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui jaminan kualitas yang terorganisasi dan sistematis serta dapat mengiklankannya. Maka pelaksanaan ISO 9001:2008 dapat terlihat pada pelaksanaan pelayanan dan pemanfaatannya sebagai alat promosi.

Menurut Suryani (2010), ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga perlu perhatian yang sangat mendalam bagi pihak manajemen puncak untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Karena dengan meningkatnya kualitas pelayanan akan turut meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Apakah *service quality* berbasis ISO 9001:2008 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru? 2)Apakah *brand image* berbasis ISO 9001:2008 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?

Penelitian ini bertujuan untuk :

1)Untuk mengetahui penerapan *service quality* berbasis ISO 9001:2008 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. 2)Untuk mengetahui *brand image* berbasis ISO 9001:2008 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.

Adapun manfaat penelitian ini yang ingin dicapai adalah :

1. Bagi manajemen RSUD Arifin Achmad dapat menjadi alat bantu dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan di masa depan.
2. Bagi penulis sendiri dapat meningkatkan pengetahuan dan dapat mempraktekkan ilmu yang dimiliki selama ini.
3. Penelitian ini juga dapat menambah ilmu bagi pembacanya dan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Sistem Manajemen Kualitas**

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Pengertian kualitas ditinjau dari definisi konvensional pada umumnya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu

produk seperti: keandalan, mudah dalam penggunaan, dan sebagainya. Sedangkan pengertian kualitas ditinjau dari definisi strategis menyarankan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Gasperz, 2005).

### **Definisi Mutu ISO 9001:2008**

Menurut Gasperz (2006) ISO berasal dari kata Yunani ISOS yang berarti sama, kata ISO bukan diambil dari singkatan nama sebuah organisasi walau banyak yang mengira ISO berasal dari International Standard of Organization. ISO 9001 merupakan standar internasional yang mengatur tentang Sistem Manajemen Mutu (*Quality Management System*), oleh karena itu seringkali disebut sebagai “ISO 9001, QMS”. Adapun tulisan 2008 menunjukkan tahun revisi, maka ISO 9001 : 2008 adalah Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 hasil revisi tahun 2008.

### **Manfaat Penerapan ISO 9001:2008**

Manfaat dari penerapan ISO 9001:2008 telah diperoleh banyak perusahaan diantaranya sebagai berikut (Gaspersz, 2006):

- a. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui jaminan kualitas yang terorganisasi dan sistematis.
- b. Perusahaan yang telah bersertifikat ISO 9001:2008 diijinkan untuk mengiklankan kepada media massa.
- c. Meningkatkan kualitas dan produktivitas dari manajemen

- melalui kerjasama dan komunikasi yang lebih baik.
- d. Meningkatkan kesadaran kualitas dalam perusahaan.

### **Persyaratan ISO 9001:2008**

Persyaratan standar ISO 9001:2008, terdiri dari delapan klausul (Gasperz, 2006). Adapun kedelapan klausul tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Lingkup (*Scope*)**  
Dalam klausul ini secara persyaratan persyaratan standar telah menekankan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
- b. **Acuan normatif (*Normative reference*)**  
Klausul ini hanya memuat referensi-referensi yang harus dipersiapkan oleh kontraktor yaitu:
- Peraturan Pemerintah
  - Buku-buku panduan tentang kualitas
- c. **Istilah dan definisi (*Term and definitions*)**  
Klausul ini menyatakan bahwa istilah dan definisi-definisi yang diberikan dalam ISO 9001:2008 menetapkan, mendokumentasikan, melaksanakan, memelihara langkah – langkah untuk implementasi sistem manajemen kualitas ISO 9001:2008 dan kebutuhan peningkatan terus menerus.
- d. **Sistem manajemen mutu (*Quality management system*)**  
Persyaratan umum dalam memimpin dan mengoperasikan organisasi perlu dilakukan pengelolaan yang sistematis dan dengan cara yang tepat.

- e. **Tanggung jawab manajemen (*Management responsibility*)**  
Klausul ini menekankan pada komitmen manajemen puncak (top management commitment). Dalam hal fokus pelanggan manajemen puncak harus menjamin bahwa persyaratan pelanggan telah ditetapkan dan dipenuhi dengan tujuan peningkatan kepuasan pelanggan.
- f. **Pengelolaan sumber daya (*Resource management*)**  
Penyediaan sumber daya suatu organisasi harus menetapkan dan memberikan sumber-sumber daya yang diperlukan secara tepat untuk menerapkan dan mempertahankan sistem manajemen kualitas ISO 9001:2008 serta meningkatkan efektivitasnya terus menerus dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- g. **Realisasi produk (*Product realization*)**  
Dalam hal perencanaan realisasi produk organisasi harus menjamin bahwa proses realisasi produk berada di bawah pengendalian, agar memenuhi persyaratan produk.
- h. **Pengukuran, analisis dan perbaikan (*Measurement, analysis and improvement*)**  
Persyaratan umum dalam Klausul 8 tentang pengukuran analisis dan peningkatan, dimana organisasi harus menetapkan rencana-rencana dan menerapkan proses-proses pengukuran.

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk

dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005).

Kepuasan menurut Kotler (2007 : 36) adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kepuasan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan (hasil) dalam yang berhubungan dengan harapan si pelanggan. Menurut Tjiptono (2012:38) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Menurut Cadotte, Woodruff, dan Jenkins dalam Tjiptono (2012:311), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*)”.

### **Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur/memantau kepuasan pelanggan. Kotler dalam Tjiptono (2012:318) yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran  
Memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui kotak saran yang diletakkan ditempat strategis, saluran telepon khusus (*customer hot lines*), *email*, kartu komentar, ataupun via pos.
2. Survei kepuasan pelanggan  
Melakukan penelitian atau survei pasar mengenai kepuasan

pelanggan dengan menggunakan pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

#### **3. *Ghost Shopping***

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* itu menyampaikan hasil temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut

#### **4. *Lost Customer Analysis***

Metode ini cukup unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan

### **Pengertian *Service Quality***

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat (Bloemer *et al*, 1998 dalam Karsono : 2007).

Kualitas menurut Tjiptono (2005:79) mengandung banyak definisi dan makna seperti:

1. Kesesuaian dengan persyaratan /tuntutan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan /penyempurnaan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan / cacat
5. Pemenuhan kebutuhan konsumen semenjak awal dan setiap saat
6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan konsumen.

### **Pengukuran *Service Quality***

Gronroos (dalam Tjiptono, 2005:72) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas jasa yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut dapat dijabarkan menjadi enam unsur yaitu:

1. *Professionalism and skills* merupakan *outcome-related criteria*, dimana konsumen menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, sistem operasional, dan sumberdaya fisik, memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah konsumen secara profesional.
2. *Attitude and Behavior* kriteria ini adalah *process-related criteria*. Konsumen merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personel*) menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

3. *Accessibility and Flexibility* kriteria ini adalah *process-related criteria*. Konsumen merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga konsumen dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan konsumen.

4. *Reliability and Trustworthiness* kriteria ini termasuk dalam *process-related criteria*. Konsumen memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

5. *Recovery* termasuk dalam *process-related criteria*. Konsumen menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

6. *Reputation and Credibility*. Kriteria ini merupakan *image-related criteria*. Konsumen meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

### **Pengertian *Brand Image***

*Brand Image* (citra merek) adalah sesuatu yang berada jauh di luar faktor fisik suatu produk atau property. Jadi, citra merek

merupakan suatu kondisi yang dimiliki oleh produk bila ditinjau dari segi sosial dan psikologi dimana konsumen memiliki perasaan dan gagasan tentang merek yang bersifat krusial terhadap konsumen dalam menentukan pilihannya. Dengan kata lain citra merek sebagai “*the symbol by which we buy*”. (East dalam Basirun, 2009:17).

Citra merek ialah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek (Supranto dan Limakrisna, 2011: 128).

*Brand image* atau *brand description*, yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Sejumlah teknik kuantitatif dan kualitatif telah dikembangkan untuk membantu mengungkap persepsi dan asosiasi konsumen terhadap sebuah merek tertentu, di antaranya *multi dimensional scaling*, *projection techniques*, dan sebagainya (Tjiptono, 2011: 112).

### Pengukuran *Brand Image*

Menurut Keller (Ariadi, 2010:42) bahwa pengukuran citra merek dapat dilakukan berdasarkan pada aspek sebuah merek, yaitu :

1. Kekuatan (*strength*) yang mengarah kepada keunggulan-keunggulan dimiliki merek yang bersangkutan yang bersifat fisik, dan tidak ditemukan pada merek lainnya. Ini mengacu pada atribut-atribut fisik atas merek bersangkutan sehingga bisa dianggap sebagai sebuah kelebihan dibandingkan merek

lainnya. Hal ini termasuk penampilan fisik produk, harga produk, maupun penampilan fasilitas pendukung dari produk bersangkutan.

2. Keunikan (*uniqueness*) adalah kemampuan untuk membedakan sebuah merek diantara merek-merek lainnya. Kesan ini muncul dari atribut produk yang yang berarti terdapat diferensiasi antara produk satu dengan produk lainnya. Hal ini termasuk variasi layanan dan harga serta diferensiasi.
3. *Favourable* mengarah pada kemampuan merek tersebut untuk mudah diingat oleh pelanggan. Hal ini termasuk kemudahan merek produk untuk diucapkan, kemampuan mereka untuk tetap diingat pelanggan, maupun kesesuaian antara kesan merek di benak pelanggan dengan citra yang diinginkan perusahaan atas merek bersangkutan.

### Hipotesis

Berdasarkan kerangka alir penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut :

- $H_1$  : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *service quality* berbasis ISO 9001:2008 terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
- $H_2$  : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *brand image* berbasis ISO 9001:2008 terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.



## METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad yang berlokasi Jl. Diponegoro No. 2 Pekanbaru.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif.

Sumber data yang digunakan adalah :

a. Data Primer

Definisi data primer menurut Sugiyono (2009:137) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner yang akan diberikan pada pihak-pihak yang berhubungan dengan penerapan manajemen mutu ISO 9001:2008.

b. Data sekunder

Definisi data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan. Data sekunder pada penelitian ini adalah Prosedur Operasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008 RSUD Arifin Achmad.

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Observasi

Menurut Sekaran (2006), observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan

angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi).

b. Wawancara

Menurut Sekaran (2006), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

c. Kuesioner

Menurut Sekaran (2006), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

Untuk kategori penilaian akan dilakukan dalam Skala Likert yakni skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial adalah sebagai berikut:

- Sangat Setuju (5)
- Setuju (4)
- Kurang Setuju (3)
- Tidak Setuju (2)
- Sangat Tidak Setuju (1)

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesa adalah analisis regresi berganda. Perhitungan analisis ini akan menggunakan bantuan *Software SPSS (Statistical Package Social Science)* versi 18.

Model persamaan yang digunakan terhadap variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana:

$Y$  = Kepuasan Pasien  
 $a$  = konstanta  
 $x_1$  = *service quality* berbasis ISO 9001:2008  
 $x_2$  = *brand image* berbasis ISO 9001:2008  
 $b$  = koefisien regresi  
 $e$  = standar error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif dapat dilihat bahwa hampir seluruh indikator yang termasuk ke dalam variabel *service quality* berbasis ISO 9001:2008, *brand image* berbasis ISO 9001:2008, dan kepuasan pasien memiliki nilai yang kuat. Walaupun masih ada beberapa indikator yang mendapatkan pernyataan kurang setuju dan tidak setuju dari sebagian responden, tetapi secara garis besar responden menanggapi baik indikator tersebut.

Hasil uji validitas menunjukkan semua indikator pada kuesioner dinilai valid karena nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel (0,2369).

Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* pada setiap variabel  $> 0,6$ .

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa grafik *normal probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar di sekitar grafik normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh

karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi layak diapakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini tampak pada nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 10 persen (0,1). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu  $Y$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil regresi maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,047 + 0,833x_1 + 0,152x_2$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai 0,833 pada variabel *service quality* ( $x_1$ ) bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *service quality* dapat ditingkatkan oleh RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien dapat ditingkatkan.
2. Nilai 0,152 pada variabel *brand image* ( $x_2$ ) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *brand image* dapat ditingkatkan oleh RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, maka akan semakin tinggi pula

kepuasan pasien dapat ditingkatkan.

Uji F digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen yakni *Service Quality* ( $x_1$ ) dan *Brand Image* ( $x_2$ ) berpengaruh secara simultan dengan variabel dependen Kepuasan Pasien ( $Y$ ).

Tabel 3  
Uji Signifikansi Simultan F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.521	2	7.260	17.241	.000 <sup>a</sup>
Residual	28.215	67	.421		
Total	42.735	69			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan Data Primer, 2015

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 17,241 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). F hitung sebesar 17,241 lebih besar dari F tabel sebesar 2,74. Atas dasar perbandingan tersebut maka semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen.

Uji t digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen yakni *Service Quality* ( $x_1$ ) dan *Brand Image* ( $x_2$ ) berpengaruh secara parsial dengan variabel dependen Kepuasan Pasien ( $Y$ ).

Tabel 4  
Hasil Uji t

Variabel	Hasil uji	
	t hitung	t tabel
<i>Service Quality</i>	6,829	1,996
<i>Brand Image</i>	1,485	1,996

Sumber : Olahan Data Primer, 2015

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Service Quality*

Pada variabel *service quality* dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ) didapat nilai t hitung sebesar 6,829 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,996. Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau berarti variabel *service quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pasien.

#### 2. *Brand Image*

Pada variabel *brand image* dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ) didapat nilai t hitung sebesar 1,485 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,996. Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau berarti variabel *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pasien.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas (*service quality* dan *brand image*) akan diikuti oleh variabel terikat (kepuasan pasien) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai *R Square* ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1.

Tabel 5  
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0 1	.825 <sup>a</sup>	.681	.671	.29113

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olahan Data Primer, 2015

Selanjutnya nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependent (Ghozali, 2005).

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai *Adjusted R2* karena nilai ini dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji.

Pada penelitian ini didapat nilai *Adjusted R2* adalah sebesar 0,681. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen (*service quality* dan *brand image*) dapat menjelaskan variabel dependent (kepuasan pasien) sebesar 68,1%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh *service quality* dan *brand image* berbasis ISO 9001:2008 terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service quality* berbasis ISO 9001:2008 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Arifin Achmad. Maksudnya, jika terjadi peningkatan pada *service quality* nantinya akan turut meningkatkan kepuasan pasien dengan dampak yang signifikan.
2. *Brand image* berbasis ISO 9001:2008 secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad. Maksudnya, jika terjadi peningkatan pada *brand image* nantinya akan turut meningkatkan kepuasan pasien tetapi dampaknya tidak terlalu signifikan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Perlu dilakukan evaluasi terhadap pegawai RSUD Arifin Achmad, dalam hal ketepatan kerja dan peningkatan kepercayaan terhadap pasien.
- b. Perlu dilakukan pelatihan kepada pegawai dalam hal melayani pasien dengan baik, penambahan pengetahuan kesehatan dan peningkatan rasa percaya.
- c. Pemanfaatan ISO 9001:2008 sebagai *brand image* perlu ditingkatkan melalui memberi pengetahuan bagaimana sebuah rumah sakit yang bersertifikat ISO itu bekerja.
- d. Perhatian terhadap pasien perlu lagi ditingkatkan dengan cara

pemberian empati, pelayanan yang ramah, pekerjaan yang efektif dan efisien, dan penetapan janji-janji.

- e. Peningkatan kualitas bukan hal yang hanya dilakukan sekali, tetapi juga diperlukan pengawasan yang berkala dan peningkatan yang terus menerus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ariadi, Wahyu. 2010, *Analisis Motivasi, Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Basirun, Agustiarman. 2009, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Personality, dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Firmansyah, Hadi. 2006, *Analisis Terhadap Penerapan ISO 9001:2000 Dalam Kaitannya Dengan Produktivitas Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Gaspersz, V. 2005, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, Vincent. 2006, *ISO 9001:2000 and Continual Quality Improvement*, Jakarta : Gramedia.
- Karsono. 2007, *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1 No.1.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller . 2007, *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.12*. Jakarta: PT Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto J., dan H. Nandan Limakrisna. 2011, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Suryani. 2010, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas*.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service Quality and Satisfaction*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011, *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Umar, Kifayah. 2012, *Critical Success Factors (CSF) for The ISO 9001 Implementation in UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.